

**MOTIF SOSIAL DAN MOTIF INFORMASI WHATSAPP GRUP
CHAT (Studi Deskriptif Kuantitatif Penggunaan Whatsapp Grup
Chat Sebagai Media Komunikasi Efektif Terhadap Penyebaran
Informasi Seputar Covid-19 Pada Mahasiswa UMS)**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi
Strata I pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan
Informatika**

Oleh:

KARUNIA RAHMA DEWI

L100170138

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**WHATSAPP GRUP CHAT SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PENGGUNAAN
WHATAPP GRUP CHAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI EFEKTIF
TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI SEPUTAR COVID-19 PADA
MAHASISWA UMS)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh

KARUNIA RAHMA DEWI

L100170138

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Dr. Dian Purworini, S.Sos., M.M.

NIK. 1102

HALAMAN PENGESAHAN




**WHATSAPP GRUP CHAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
(STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PENGGUNAAN WHATSAPP GRUP
CHAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENYEBARAN INFORMASI SEPUTAR COVID-19 PADA MAHASISWA
UMS)**

**OLEH
KARUNIA RAHMA DEWI
L100170138**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. **Dr. Dian Purworini, S.Sos., M.M.**
(Ketua DewanPenguji)
2. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Dr. AhmadMuhibbin, M.Si.**
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)

(.....)

(.....)



Dekan,

Nurriyana, S. T., M. Sc., Ph. D.
NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis di acu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Adapun kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan.

Surakarta, 22 Agustus 2021

Penulis



KARUNIA RAHMA DEWI
L100170138

**WHATSAPP GRUP CHAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
(STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PENGGUNAAN WHATSAPP GRUP
CHAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENYEBARAN INFORMASI SEPUTAR COVID-19 PADA MAHASISWA
UMS)**

Abstrak

Whatsapp digunakan sebagai media penyebaran informasi maupun pesan. Dengan adanya dukungan dari whatsapp grup chat orang-orang lebih mudah dalam mendapatkan pesan maupun informasi. Di saat pandemi covid-19 setiap orang akan menggunakan teknologi sebagai cara mereka berkomunikasi dan mendapatkan informasi salah satunya yaitu menggunakan whatsapp grup chat. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan motif informasi dan motif sosial terhadap keefektifan media whatsapp grup chat dalam penyebaran informasi mengenai Covid-19 pada Mahasiswa UMS. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* dan *Simple Random Sampling*. Sample yang diambil berjumlah 100 orang. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan Kuesioner melalui Google Form. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya tingkat kepuasan sebesar 33,13% yang berkaitan dengan motif sosial yaitu dengan memberikan saran dan informasi pada orang lain mengenai covid-19.

Kata Kunci : Whatsapp, Media Komunikasi, Penyebaran Informasi , Covid-19, Kuantitatif

Abstract

Whatsapp is used as a medium for disseminating information and messages. With the support of whatsapp group chat, it is easier for people to get messages and information. During the covid-19 pandemic, everyone will use technology as a way for them to communicate and get information, one of which is using whatsapp group chat. This study aims to describe information motives and social motives on the effectiveness of whatsapp group chat media in disseminating information about Covid-19 to UMS students. The type of research used is descriptive quantitative research. The population in this study were active students of Muhammadiyah University of Surakarta. The sampling technique used is purposive sampling and simple random sampling. Samples taken amounted to 100 people. Techniques in data collection using a questionnaire through Google Form. The results of this study stated that there was a satisfaction level of 33.13% related to social motives, namely by providing advice and information to others about covid-19.

Keywords : Whatsapp, Communication Media, Information dissemination, Covid19, Quantitative

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Munculnya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 telah menggemparkan seluruh masyarakat di dunia. Virus covid-19 yang berasal dari wuhan,cina telah menyebar begitu cepat ke Indonesia. Dampak yang di timbulkan dengan munculnya virus covid-19 bukan

hanya di perekonomian masyarakat tetapi juga dalam bidang industri teknologi dan komunikasi. Aturan pemerintah salah satunya seperti sosial distancing dengan diterapkannya sekolah daring, WFH (Work from home) menjadikan kebingungan tersendiri bagi masyarakat (Komalasari, 2020). Dalam penelitian yang berjudul “ *Quantifying social distancing arising from pandemic influenza*” menyebutkan jika distancing (pembatasan jarak) dapat memberikan keefektifan saat adanya pandemi SARS-Cov yang mana berada dalam 26 negara pada tahun 2003 (Caley et al., 2008). Hal ini nantinya akan berhubungan dengan adanya internet dimana segala informasi yang berhubungan dengan pandemi Covid-19 akan terletak pada media massa, media komunikasi, maupun portal berita karna di berlakukannya *social distancing*. Setiap orang akan memerlukan informasi mengenai covid-19 yang mana informasi tersebut akan menjadi pedoman apa yang nantinya akan mereka lakukan. Komunikasi massa sangat memiliki peranan yang sentral dalam pandemi covid-19 saat ini (Syaipudin, 2020). Hal ini menjadikan pentingnya media komunikasi dalam memberikan informasi terkait Covid-19.

Pandemi covid-19 telah mendorong media untuk berperan dalam menyajikan suatu informasi bukan hanya akurat saja tetapi juga dapat mentransmisikan pesan yang dapat menambah kepercayaan publik. Sehingga informasi tersebut dapat memberikan kekuatan imunitas mental dan fisik bagi khalayak. Pandemi ini juga mengubah struktur realitas masyarakat mulai dari perilaku yang perlahan berubah dengan munculnya media sosial di tengah masyarakat di kala pandemik covid-19 dianggap membawa dampak positif. Pengguna memanfaatkan media sosial salah satunya yaitu untuk memberitahu keadaan di lingkungan sekitar, berkomunikasi dan menyebarkan informasi. (<http://www.kpi.go.id>)

Menurut Kiesler (Ruggiero, 2000), komunikasi di internet bergerak pada kecepatan yang tidak tertandingi oleh media lama. Internet menawarkan khalayak peluang komunikasi yang besar, baik dari pengambilan informasi dan pertukaran antara individu dan kelompok. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (<https://www.apjii.or.id/>), survey tersebut memperoleh informasi bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta orang pada tahun 2016 dan 97,4 persen dari pengguna internet di Indonesia mereka menggunakan media sosial.

Perkembangan berbagai aplikasi yang tersedia akibat adanya internet seakan tak mau kalah. Salah satu aplikasi yang paling banyak penggunaannya adalah WhatsApp Messenger. WhatsApp Messenger adalah aplikasi *Chatting* yang telah digunakan hampir 5 milyar orang (<https://play.google.com/store/apps/top>). WhatsApp menyediakan fitur

voice note, video call dan grup chat yang mana dalam grup tersebut dapat menampung hingga 200 pengguna (user). Whatsapp Grup Chat dapat digunakan dalam kelompok belajar, kelompok kelas, kelompok perkuliahan bahkan kelompok keluarga

Whatsapp Grup Chat menyediakan ruang bagi para penggunanya (user) untuk menyebarkan informasi atau pesan. Dalam informasi yang di berikan akan menundang simpati, respon hingga bermuatan emosional individu dari setiap penggunanya (user). Respon yang tiap kali di berikan oleh individu akan berbeda-beda. Secara singkatnya, komunikasi akan disebut efektif apabila pemahaman pengguna (user) akan sama dengan pemberi informasi. Komunikasi yang efektif akan di cirikan oleh 5 hal yaitu pengertian, kesenangan, mempengaruhi sikap komunikan, hubungan sosial yang lebih baik, dan komunikan akan melakukan tindakan yang diinginkan oleh komunikator (Tubs & Moss, 1996)

Media sosial merupakan salah satu jejaring sosial media yang mana memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan berbagai macam kebutuhan dan keperluan (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial ternyata banyak digunakan dalam media informasi pencarian Covid-19 (Ni'matul Rohmah, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Laugu (Laugu, 2020) menunjukkan jika penggunaan internet di Indonesia selama masa pandemik Covid-19 telah meningkat sebesar 17,3% dimana youtube telah meraih nilai terbanyak 88%, kemudian di susul oleh whatsapp 84%.

Dari temuan-temuan tersebut, dapat ditarik gambaran bahwa whatsapp sangat penting sebagai media pencarian dan berbagi informasi bagi masyarakat di masa pandemic covid-19 ini. Hal ini membuat peneliti hendak mengetahui implementasi yang berbeda di dalam penelitian ini. Sehingga ini dapat menjadi acuan dalam penelitian ini dan dapat menjadi urgensi untuk melihat sudut pandang dan kondisi yang berbeda.

Mahasiswa menjadi salah satu kalangan yang terkena dampak dari adanya pandemi covid-19 ini. Jika di ranah media komunikasi Mahasiswa menjadi salah satu pengguna (User) dalam media komunikasi salah satunya whatsapp messenger. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa di salah satu kota Surakarta yaitu mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Surakarta menjadikan media komunikasi whatsapp grup chat sebagai sarana untuk memberikan informasi seputar Covid-19 baik dalam whatsapp grup chat apapun. Dimana para mahasiswa dapat memanfaatkan whatsapp grup chat untuk mengetahui informasi – informasi seputar covid-19.

Teori *Uses and Gratification* mengenai kebutuhan secara psikologis dan sosial akan menimbulkan harapan tertentu lewat media massa atau sumber-sumber lain yang mana membawa pola terpaan media yang berlainan dan akan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat lainnya (Katz et al., 1973). Pengguna (user) akan menggunakan media komunikasi sesuai dengan kebutuhan mereka, apabila kebutuhan tersebut terpenuhi maka mereka akan berhenti. Selain itu apa yang pengguna (user) konsumsi akan mempengaruhi setiap perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Karena setiap individu itu unik dalam penerimaan pesan ataupun informasi. Dengan hadirnya media komunikasi whatsapp grup chat nantinya akan membuka kesempatan bagi setiap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk mendapatkan informasi seputar covid-19 secara update. Interaksi yang terjadi di dalam whatsapp grup chat tersebut akan menimbulkan kebutuhan bagi para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Salah satu fungsi media komunikasi adalah efektifitas yang mana media komunikasi sebagai sarana untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi (Syaifudin, 2016). Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana keefektifan komunikasi terhadap penyebaran informasi seputar covid-19 pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan Latar Belakang yang telah di paparkan, maka dapat di temukan masalah yaitu “Bagaimana keefektifan Penggunaan WhatsApp Grup Chat sebagai media komunikasi terhadap penyebaran informasi seputar Covid-19 di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta?”

Setelah diketahui latar belakang di atas maka hipotesis penelitian yang dapat diambil adalah:

Ho : Tidak adanya keefektifan penggunaan Whatsapp grup chat sebagai media komunikasi terhadap penyebaran informasi seputar covid-19 di kalangan Mahasiswa UMS.

Ha : Adanya keefektifan penggunaan Whatsapp grup chat sebagai media komunikasi terhadap penyebaran informasi seputar covid-19 di kalangan Mahasiswa UMS.

1.2 Tujuan Penelitian dan Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektifnya penggunaan Whatsapp grup chat sebagai penyebaran informasi seputar covid-19 pada kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana keefektifan komunikasi di whatsapp grup chat terhadap penyebaran informasi covid-19 pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

Manfaat dari penelitian ini ada 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dalam penelitian ini, peneliti berharap agar dapat memberikan masukan

dalam adanya perkembangan teknologi komunikasi yang efektif. Sedangkan manfaat Praktis yaitu dengan adanya penelitian ini peneliti berharap agar lebih memahami dasar-dasar teori maupun referensi yang berasal dari kalangan mahasiswa termasuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini nantinya juga akan mempunyai batasan yaitu untuk memaparkan dan juga mengukur seberapa keefektifan komunikasi terhadap penyebaran informasi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1.3 Kajian Pustaka

1.3.1 Media Sosial WhatsApp (WA)

Whatsapp adalah Aplikasi yang berbasis internet yang mana merupakan salah satu dampak dari adanya teknologi informasi yang sedang populer (Rahartri, 2019). Aplikasi yang berbasis internet sangat efektif untuk di manfaatkan sebagai media komunikasi dan interaksi antar individu satu dengan yang lainnya tanpa mengeluarkan biaya banyak, maka dari itu Whatsapp bisa dikatakan sebagai aplikasi yang murah tanpa menghabiskan biaya. Karena Whatsapp tidak menggunakan pulsa tapi menggunakan kuota data. Whatsapp juga dapat digunakan sebagai penyebar informasi dan penerima informasi yang mana bukan hanya berupa teks tetapi dapat berupa obrolan online, gambar, video, file-file atau yang lainnya (Hartanto, 2010) Pemanfaatan program dari Whatsapp dapat di katakana efektif di bandingkan dengan aplikasi chatting lainnya karena penerimaan pesan dan pengiriman tanpa di batasi waktu yang lama bahkan ketika sinyal lemah dan program di whatsapp juga terhindar dari iklan yang biasanya muncul di tiap aplikasi-aplikasi lainnya maka dari itu Whatsapp dapat di pilih sebagai alternative dalam penyebaran informasi. Pengaruh dari perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dapat mengubah tipe komunikasi dari seseorang.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi, yaitu:

- a) Jika semakin besar pengaruh komunikasi tersebut pada penerima, maka akan semakin besar juga dampak yang terjadi pada penerima pesan sesuai yang dikehendaki dari sumber informasi
- b) Komunikasi nantinya akan berdampak lebih kuat apabila pesan sesuai dengan opini, keyakinan, dan oposisi penerima
- c) Grup dan konteks sosial akan menjadi perantara antara komunikasi tersebut dapat diterima atau tidak diterima. (Sulaksana, 2003)

1.3.2 Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* menjabarkan bahwa khalayak menggunakan sebuah media didasarkan pada motif-motif tertentu media berusaha untuk memenuhi keinginan atau motif dari khalayak tersebut. Maka nantinya apabila motif dari khalayak terpenuhi maka kebutuhan dari khalayak juga akan terpenuhi. Jika media dapat memenuhi motif dari khalayak tersebut maka suatu media akan di katakana efektif .

Menurut Blumler dan Katz Teori *Uses and Gratification* meneliti asal mula ditemukan kebutuhan secara psikologis dan sosial yang mana menimbulkan harapan tertentu lewat media massa atau sumber-sumber lain yang mana membawa pola terpaan media yang berlainan dan akan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat lainnya .Blumler, Katz dan Gurevich juga menjelaskan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* ini adalah suatu khalayak akan di anggap aktif dalam bagian terpenting dalam penggunaan media massa yang mana dapat di asumsikan memiliki tujuan (Katz et al., 1973).

Penelitian tentang *Uses and Gratification* telah mengalami perkembangan salah satunya riset dari Palmgreen dari Kentucky University. Palmgreen menggunakan dasar yang sama yaitu khalayak akan menggunakan suatu media karena di dorong oleh motif tertentu namun Palmgreen tak berhenti dengan dasar tersebut,ia melanjutkan apakah motif dari khalayak dapat terpenuhi setelah mereka menggunakan suatu media tersebut. Konsep ini dapat disebut dengan GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*),Teori *Uses and Gratification* dapat digunakan untuk meneliti kesenjangan motif dan kepuasan dengan cara melihat dari skor mean yang di dapat dari GS dan GO.

Apabila skor mean dari GS lebih besar dari GO maka dapat dikatakan suatu media tidak memuaskan khalayak.Sebaliknya, jika GS mempunyai skor mean lebih kecil dari GO maka dapat dikatakan bahwa media memberikan kepuasan khalayak (Palmgreen, 1984). Berkaitan dengan suatu penelitian keefektifan dan kepuasan suatu media telah dilakukan peneliti terdahulu seperti yang dilakukan oleh Bagus Kharisma Bkti di tahun 2018 dengan judul “Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram @umsurakarta)” (Bkti & Purworini, 2018).

Penelitian *Uses and Gratification* juga telah masuk pada penelitian SNS yang mana dilakukan dalam penelitian Philip Ryan Johnson dengan judul “*Uses and Gratifications of Twitter*” pada tahun 2009 (Johnson & Yang, 2009). Dalam penelitian tersebut

menggunakan motif sosial dan informasi di media Twitter. Kategori motif dalam penelitian ini adalah :

1. Motif Informasi

- a. Saya mencari peristiwa seputar covid-19 dengan menggunakan Whatsapp grup chat
- b. Saya Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan informasi seputar covid-19 di whatsapp grup chat
- c. Saya menggunakan Whatsapp grup chat untuk memuaskan rasa ingin tahu saya terhadap informasi seputar covid-19.
- d. Saya Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan informasi seputar covid-19 lewat Whatapp grup chat
- e. Saya menggunakan whatsapp grup chat sebagai media Belajar dan pendidikan mengenai virus covid-19
- f. Saya berbagi informasi dengan orang lain seperti link berita, pengetahuan, dan ide mengenai covid-19

2. Motif sosial

1. Saya memperoleh informasi covid-19 tentang keadaan masyarakat lain, empati sosial melalui whatsapp grup chat
2. Saya mengidentifikasi diri dan meningkatkan rasa memiliki dengan orang lain melalui whatsapp grup chat saat pandemi covid-19
3. Saya menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial lewat Whatsapp grup chat saat pandemi covid-19
4. Saya membantu menjalankan peran sosial saat pandemi lewat Whatsapp grup chat
5. Saya menggunakan whatsapp grup chat untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, masyarakat di saat pandemic covid-19
6. Saya memberikan saran dan informasi kepada orang lain mengenai covid-19

(Kriyantono & Komunikasi, 2010)

Faktor-faktor tersebut dapat dijadikan dasar dari keefektifan dalam berkomunikasi menggunakan media Whatsapp ketika adanya informasi seputar covid-19 di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dari penjabaran tersebut peneliti ingin melihat bagaimana penyebaran informasi covid-19 dapat dikatakan efektif melalui media Whatsapp grup chat.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, salah satu tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan serta menggunakan model statistik, teori dan hipotesis terhadap bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungannya. Dalam penelitian kuantitatif lebih diutamakan pada suatu keluasan data yang mana nantinya hasil dari data akan dianggap representasi dari populasi.

Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini merupakan replika dari Rachmat Kriyantono dengan bukunya yang berjudul “Teknik praktis riset komunikasi” yang diterbitkan pada tahun 2006. Indikator ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Johnson (Johnson, 2014) yang mana di dalam indikator tersebut mempunyai dua motif yaitu GS (Gratification sought) dan GO (Gratification obtained). Penelitian ini menitik beratkan pada penggunaan (user) dan kepuasan (gratification) yang mana nantinya akan diketahui efektivitas penyebaran informasi melalui whatsapp grup chat. Teori uses and gratification dalam penelitian ini akan mengubah pola pikir dari tiap individu sebagai penerima pesan dari media whatsapp yang mana masuk dalam komunikasi massa. Teori ini akan berkaitan dengan masalah pada tiap mahasiswa terhadap informasi yang diberikan oleh media salah satunya whatsapp grup chat. Setiap mahasiswa pasti mempunyai alasan tersendiri mengapa mereka memilih whatsapp sebagai media yang memberikan informasi seputar covid-19.

Peneliti akan mengambil populasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mana menggunakan aplikasi grup Whatsapp sebagai informasi seputar covid-19. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* dan peneliti juga akan menggunakan simple random sampling. Penelitian menggunakan kriteria subjek harus mempunyai whatsapp dan aktif dalam menggunakannya. Sebagai bentuk ketetapan banyaknya sampel yang ada dalam penelitian akan dipilih berdasarkan populasi melalui rumus Slovin. Batas toleransi kesalahan yang digunakan sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

n= jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = *margin of error / error tolerance* (batas toleransi kesalahan sebesar 10%)

Alasan menggunakan toleransi kesalahan 10% karena sample yang akan di ambil lebih dari 100 orang . Maka jumlah sample sementara yang dapat di ambil oleh peneliti sebesar:

$$n = \frac{35773}{1 + 35773 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{35773}{358,73}$$

$$n = 99,72$$

Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik jumlah sampel yang digunakan adalah 99,72 responden,namun peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data akan menggunakan kuesioner. Skala likert akan digunakan dalam penelitian ini yang mana nantinya akan disebarkan kepada tiap responden dengan pernyataan yang telah dibuat peneliti sebelumnya dan disebarkan lewat google form. Penelitian ini akan menggunakan skala linkert yang mana nilai mulai dari 1 sampai 4.

Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan kepada 30 responden, jika nantinya dinyatakan valid dan reliabel maka kuesioner akan mengukur dan mengetahui data yang valid. Uji validitas pada alat ukur akan dilakukan dengan menghitung antara nilai keseluruhan yang didapat dari pernyataan yang mana diperoleh dari alat ukur nantinya. Penelitian ini menggunakan metode *product moment pearson*.Uji realibilitas pada penelitian ini akan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan (Univariat) uji kesenjangan (*Discrepancy*). Kepuasan mahasiswa Universitas muhammadiyah Surakarta dalam menggunakan whatsapp sebagai media informasi dan komunikasi akan di bagi menjadi dua yaitu motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan (*Gratification Obtained*) yang mana nantinya akan di ukur berdasarkan kesenjangan (*Discrepancy*) antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Peneliti akan mengetahui keefektifan berdasarkan kepuasan dari khlayak dengan menggunakan kesenjangan antara GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) melalui motif dari informasi dan motif sosial. Tabulasi silang (*Crosstab*) akan digunakan berdasarkan tiap item pernyataan antara GS dan GO dan juga untuk

menemukan hasil dari kesenjangan secara keseluruhan dengan membandingkan GS dan GO. Analisis statistik deskriptif akan dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 16

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahap ini peneliti akan menyajikan dan memaparkan hasil yang telah didapatkan dari penyebaran kuesioner yang mana telah di isi oleh responden yang bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UMS dan menggunakan aplikasi whatsapp tentang keefektifan dalam penyebaran informasi covid-19 melalui whatsapp grup chat. Selanjutnya hasil akan dianalisis menggunakan *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) yang nantinya akan berupa tabel distribusi frekuensi agar informasi yang di berikan lebih mudah dipahami.

Bab ini akan menjelaskan hasil dari analisis yang berupa uji validitas dan realibilitas dari kuesioner yang telah di sebar, analisis data yang mana aspek akan diteliti, dan hasil pembahasan dari penelitian.

3.1 Deskripsi Data

Penelitian ini berjumlah 100 responden per 8 April 2021 yang mana meliputi mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode pengambilan sample yaitu Purposive Sampling yang mana telah di tentukan karakteristiknya yaitu mahasiswa UMS yang menggunakan whatsapp sebagai media chatting. Rumusan Slovin dengan toleransi sebesar 10%. Dari hasil kuesioner yang disebar telah mendapatkan responden berdasarkan kriteria yang telah peneliti tetapkan. Hasil Responden laki yang berjumlah 25 (25%) dan perempuan yang berjumlah 75 (75%) maka jumlah responden yang terkumpul adalah 100 orang (100%). Tabel di jabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Jumlah	100	100 %

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 2016

Dari hasil tabel di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak di bandingkan laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
16-18 tahun	0	0
19-24 tahun	100	100%
26-60 tahun	0	0

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 2016 dan interval BKKBN

Dari tabel diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa responden yang berusia 19-24 berjumlah 100 orang (100%).

3.2 Pengujian Persyaratan dari Analisis

3.2.1 Uji Validitas

Product Moment Pearson sebagai rumus yang akan digunakan dalam uji Validitas. Skor item dari setiap pernyataan akan di hitung dengan total skor variabel. Pada penelitian ini responden yang di ambil ada 30 responden. Dengan jumlah 30 responden maka akan di ambil taraf signifikan sebesar 10% dan r-tabel sebesar 0,306 maka instrument akan valid.

Tabel 3. Uji Validitas Data

Variabel	Butir	r-tabel	r-hitung	Ket
Motif Informasi	X1	0.306	0.774	Valid
	X2	0.306	0.875	Valid
	X3	0.306	0.668	Valid
	X4	0.306	0.824	Valid
	X5	0.306	0.770	Valid
	X6	0.306	0.787	Valid
	X7	0.306	0.625	Valid
	X8	0.306	0.751	Valid
Motif Sosial	X9	0.306	0.434	Valid
	X10	0.306	0.671	Valid
	X11	0.306	0.325	Valid
	X12	0.306	0.720	Valid
Variabel	Butir	r-tabel	r-hitung	Ket
Motif	Y1	0.306	0.623	Valid
	Y2	0.306	0.813	Valid

Informasi	Y3	0.306	0.866	Valid
	Y4	0.306	0.760	Valid
	Y5	0.306	0.771	Valid
	Y6	0.306	0.770	Valid
	Y7	0.306	0.754	Valid
	Y8	0.306	0.701	Valid
Motif	Y9	0.306	0.605	Valid
Sosial	Y10	0.306	0.811	Valid
	Y11	0.306	0.463	Valid
	Y12	0.306	0.756	Valid

(Sumber : Hasil pengolahan Uji Validitas dari SPSS 20)

Dari hasil di atas setiap butir dari pernyataan mempunyai nilai r-tabel lebih besar dari 0.306 maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian tersebut Valid.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Rumus yang di gunakan untuk menguji Reliabilitas ini adalah Alpha Cronbach. Instrumen dalam penelitian akan di katakan reliabel apabila koefisien reliabilitasnya > 0.6 . Berikut akan di sajikan hasil dari uji reliabilitas variabel dari Motif dan Kepuasan yang mana memiliki 12 butir pernyataan dan hasilnya :

Tabel 4. Uji Reliabilitas Data

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Koefisiensi Reliabilitas	Kesimpulan
Motif	12	.901	≥ 0.6	Reliabel
Kepuasan	12	.919		Reliabel

(Sumber : Pengolahan data dari SPSS 20)

3.3 Analisis Data

Nilai dari tiap jawaban responden mempunyai rata-rata skor yang di golongan kedalam nilai kategori STS (Sangat Tidak Setuju) yang mempunyai nilai skor 1, TS (Tidak Setuju) yang mempunyai nilai skor 2, S (Setuju) yang mempunyai nilai skor 3, SS (Sangat Setuju) yang mempunyai nilai skor 4. Maka tabel kategori dari nilai tersebut sebagai berikut:

Tabel 5.Skor Skala Kategori

Skor	Kategori
4	SangatSetuju(SS)
3	Setuju(S)
2	TidakSetuju(TS)
1	SangatTidakSetuju(STS)

Sumber (Kriyantono & Komunikasi, 2010)

Melalui tabel di atas,maka distribusi responden dari tiap item pernyataan sebagai berikut:

3.3.1 Motif (Gratification Sought) Responden terhadap penyebaran informasi mengenai covid-19 melalui media whatsapp grup chat

Motif Informasi (X)

Tabel 6. Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi

Variabel (X)	STS		TS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1	17	17%	43	43%	31	31%	9	9%	100	100%
X2	12	12%	43	43%	36	36%	9	9%	100	100%
X3	15	15%	48	48%	26	26%	11	11%	100	100%
X4	11	11%	42	42%	38	38%	9	9%	100	100%
X5	12	12%	40	40%	34	34%	14	14%	100	100%
X6	9	9%	26	26%	42	42%	23	23%	100	100%

Sumber : Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2016

Berdasarkan hasil tabel yang diperoleh di atas,maka butir pernyataan item 1 mengenai motif yang di dapatkan tentang “peristiwa seputar covid-19”, responden memberikan tanggapan Setuju dengan nilai sebesar (31%), untuk mengetahui peristiwa seputar covid-19 melalui whatsapp grup chat. Pada butir pernyataan item 2,responden memberikan tanggapan Setuju dengan nilai sebesar (36%),untuk mencari bimbingan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan informasi covid-19. Pada butir pernyataan item ke 3, pernyataan mengenai “rasa ingin tahu”, responden merespon Setuju sebesar (26%),untuk memperoleh rasa ingin tahu mengenai informasi Covid-19 . Pada butir pernyataan item 4, mengenai motif yang ingin diperoleh “menambah pengetahuan seputar informasi covid-19”, responden merespon Setuju sebesar (38%). Pada butir pernyataan item 5, pernyataan mengenai motif yang ingin diketahui tentang “belajar mengenai hal baru” responden merespon Setuju sebesar (34%) yang mana whatsapp grup chat sebagai media belajar hal baru mengenai virus Covid-19.Dan butir pernyataan item yang ke 6,

mengenai motif yang didapatkan tentang “berbagi informasi kepada orang lain” responden merespon Setuju sebesar (42%) untuk saling berbagi informasi mengenai Covid-19 dengan orang lain, baik berupa link, berita, pengetahuan dan ide.

Maka dalam Motif Informasi indikator pada item pernyataan ke 6 yaitu “berbagi informasi kepada orang lain baik berupa link, berita, pengetahuan dan ide mengenai covid-19” menduduki indikator paling dominan yang di pilih oleh responden dengan jawaban Setuju sebesar (42%). Sedangkan indikator paling kecil dengan jawaban Setuju sebesar (26%) yaitu pada butir item pernyataan ke 3 “memuaskan rasa ingin tahu seputar informasi covid-19”.

Motif Sosial (X)

Tabel 7. Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi

Variabel (X)	STS		TS		Keterangan S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X7	8	8%	30	30%	52	52%	10	10%	100	100%
X8	5	5%	28	28%	48	48%	19	19%	100	100%
X9	0	0%	20	20%	60	60%	20	20%	100	100%
X10	3	3%	26	26%	51	51%	20	20%	100	100%
X11	0	0%	10	10%	34	34%	56	56%	100	100%
X12	1	1%	25	25%	61	61%	13	13%	100	100%

Sumber : Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2016

Berdasarkan perolehan hasil tabel di atas, pada butir pernyataan item ke 7 mengenai motif yang ingin di peroleh tentang “memperoleh informasi keadaan masyarakat saat covid-19”, responden memberikan respon Setuju sebesar (52%) untuk mendapatkan informasi tentang keadaan masyarakat. Butir pernyataan item ke 8 responden memberikan tanggapan Setuju sebesar (48%) untuk mengidentifikasi diri dan meningkatkan rasa memiliki terhadap orang lain. Butir pernyataan item 9 mengenai “interaksi sosial dengan orang lain” memiliki respon Setuju sebesar (60%). Pada pernyataan butir item 10 tentang “membantu menjalankan peran sosial saat pandemi” memiliki respon Setuju sebesar (51%). Pada butir item 11 tentang “berinteraksi dengan saudara, keluarga, teman, dan masyarakat” memiliki respon Setuju sebesar (34%) sedangkan pada respon Sangat Setuju sebesar (56%). Pada butir item 12 tentang “memberikan saran” responden memberikan tanggapan Setuju sebesar (61%) sedangkan pada respon Sangat Setuju sebesar (13%) untuk memberikan saran dan informasi kepada orang lain mengenai covid-19.

Maka berdasarkan tabel distribusi frekuensi motif sosial diatas presentase jawaban tertinggi pada kategori setuju ada pada butir item pertanyaan 12 mengenai “memberikan saran dan informasi kepada orang lain mengenai covid-19” sebesar (61%) ,sedangkan presentase terendah ada pada butir item 11 mengenai “berinteraksi dengan saudara,keluarga,teman dan masyarakat” sebesar (34%). Namun hal menarik yang sebaliknya justru terjadi pada kategori sangat setuju dimana butir pertanyaan item 11 memiliki presentase sebesar (56%) sedangkan butir item 12 sebesar (13%).

3.3.2 Kepuasan (Gratification Obtained) Responden terhadap penyebaran informasi mengenai covid-19 melalui media whatsapp grup chat

Tingkat Kepuasan Berdasarkan Motif Informasi (Y)

Tabel 8. Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi

Variabel (Y)	STS		TS		Keterangan S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	10	10%	49	49%	29	29%	12	12%	100	100%
Y2	14	14%	42	42%	38	38%	6	6%	100	100%
Y3	8	8%	46	46%	37	37%	9	9%	100	100%
Y4	9	9%	35	35%	48	48%	8	8%	100	100%
Y5	8	8%	32	32%	46	46%	14	14%	100	100%
Y6	1	1%	32	32%	53	53%	14	14%	100	100%

Sumber : Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2016

Berdasarkan hasil tabel diatas pada butir pernyataan item 1 tentang kepuasan “peristiwa yang berkaitan dengan Covid-19” responden memberikan tanggapan Setuju sebesar (29%) untuk mengetahui peristiwa seputar covid-19 dengan menggunakan whatsapp grup chat. Butir pernyataan item 2 tentang kepuasan “bimbingan terkait informasi seputar covid-19” responden memberikan respon Setuju sebesar (38%) untuk dapat mencari bimbingan menyangkut masalah praktis seputar covid-19. Pada butir item 3 tentang “memenuhi rasa ingin tahu” memiliki respon Setuju sebesar (37%) dengan menggunakan whatsapp grup chat untuk memenuhi rasa ingin tahu mengenai informasi covid-19. Pada butir item 4 tentang “memperoleh pengetahuan” dengan respon Setuju sebesar (48%) untuk memperoleh rasa damai melalui pengetahuan seputar covid-19. Butir pernyataan item 5 memiliki respon Setuju sebesar (46%) mengenai whatsapp grup chat sebagai media belajar hal-hal baru seputar covid-19. Pada item 6 memiliki respon Setuju sebesar (53%) mengenai berbagi informasi seputar covid-19.

Maka pada item 6 memiliki indikator dominan mengenai “berbagi informasi seputar covid-19” sebesar (53%). Sedangkan indikator terkecil berada pada item 1 tentang kepuasan “peristiwa yang berkaitan dengan covid-19” sebesar (29%).

Tingkat Kepuasan Berdasarkan Motif sosial (Y)

Tabel 9. Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi

Variabel (Y)	STS		TS		Keterangan S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y7	4	4%	28	28%	57	57%	11	11%	100	100%
Y8	1	1%	27	27%	59	59%	13	13%	100	100%
Y9	3	3%	16	16%	58	58%	23	23%	100	100%
Y10	0	0%	21	21%	58	58%	21	21%	100	100%
Y11	1	1%	16	16%	39	39%	44	44%	100	100%
Y12	1	1%	16	16%	65	65%	18	18%	100	100%

Sumber : Hasil dari pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2016

Berdasarkan hasil tabel diatas butir item 7 tentang kepuasan “memperoleh informasi seputar covid-19” responden memberikan tanggapan Setuju sebesar (57%) untuk memperoleh informasi keadaan orang lain seputar covid-19. Butir item 8 tentang “rasa memiliki” mempunyai respon Setuju sebesar (59%) untuk mengidentifikasi dan meningkatkan rasa memiliki dengan orang lain melalui whatsapp grup chat. Pada butir item 9 memiliki respon Setuju sebesar (58%) untuk melakukan interaksi sosial lewat whatsapp grup chat saat pandemi covid-19. Butir item 10 memiliki respon Setuju sebesar (58%) untuk dapat membantu menjalankan peran sosial saat pandemi covid-19. Pada butir item pernyataan 11 memiliki respon Setuju sebesar (39%) dan respon Sangat Setuju sebesar (44%) dengan menggunakan whatsapp grup chat untuk menghubungi keluarga, teman, dan masyarakat saat pandemic covid-19. Pada butir pernyataan item 12 memiliki respon Setuju sebesar (65%) dan respon Sangat Setuju sebesar (18%) untuk memberikan saran mengenai covid-19 kepada orang lain.

Maka berdasarkan tabel distribusi frekuensi motif sosial diatas presentase jawaban tertinggi pada kategori setuju ada pada butir item pertanyaan 12 mengenai “memberikan saran dan informasi kepada orang lain mengenai covid-19” sebesar (65%) ,sedangkan presentase terendah ada pada butir item 11 mengenai “menghubungi saudara, keluarga, teman dan masyarakat” sebesar (39%). Namun hal menarik yang sebaliknya justru terjadi pada kategori sangat setuju dimana butir pertanyaan item 11 memiliki presentase sebesar (44%) sedangkan butir item 12 sebesar (18%).

3.3.3 Tingkat Kesenjangan (Gratification Discrepancy) Variabel GS (Gratification Sought) dan GO (Gratification Obtained) Kalangan Responden Setelah menggunakan Whatsapp grup chat untuk mengetahui informasi seputar covid-19.

Tingkat kesenjangan atau yang biasa disebut dengan Discrepancy merupakan kesenjangan antara motif atau biasa di sebut dengan *Gratification Sought* dan kepuasan yang ingin diperoleh atau biasa di sebut dengan *Gratification Obtained*. Untuk mendapatkan nilai kepuasan kesenjangan antara motif dan kepuasan setelah khalayak menggunakan media dengan rumusan statistik *Discrepancy* Palmgreen :

$$D = \frac{\sum_{I \neq j} n_{i,j}}{\sum_{I \neq j} \sum n_{i,j}} \dots\dots\dots(2)$$

Ket:

D : Kesenjangan (*Discrepancy*)

n : Jumlah dari sample

i :Kepuasan yang di cari (*Gratification Sought*)

j :Kepuasan yang di peroleh (*Gratification Obtained*)

Perhitungan menggunakan Tabulasi Silang atau biasa disebut *Cross Tabulation* dengan aplikasi SPSS 16. Perhitungan yang dihasilkan dari Cross Tabulation akan digunakan untuk mengetahui kesenjangan pada media yang digunakan responden berdasarkan tiap item yang sudah di tetapkan.

Pada penelitian sebelumnya ditetapkan batas kepuasan minimal 70% dengan kesenjangan responden antara 0-30% yang nantinya dianggap memuaskan, namun apabila kesenjangan media > 30% media dianggap tidak memuaskan responden.

Tabel 10. Level Kepuasan

No.	Level Kepuasan	Persentase Nilai Kesenjangan
1	Rendah	21%-30%
2	Sedang	11%-20%
3	Tinggi	0%-10%

Maka hasil yang di dapati dari perolehan kesenjangan kepuasan dari 100 mahasiswa/i aktif UMS yang menggunakan aplikasi whatsapp grup chat sebagai informasi seputar covid-19 sebagai berikut:

3.3.3.1 Motif Informasi

Tabel 11. Hasil pengolahan data *Cross Tabulation*

GO GS	STS	TS	S	SS	Jumlah
STS	1	3	3	2	9
TS	0	10	10	0	26
S	0	11	28	3	42
SS	0	2	12	9	23
Jumlah	1	32	53	14	100

Butir item X6 * Y6

Sumber :Hasil pengolahan data Cross Tabulation SPSS 16

$$\frac{3 + 3 + 2 + 10 + 3}{100} \times 100\% = 21\%$$

Tabel 12. Hasil pengolahan data *Discrepancy*

Butir Uji	<i>Discrepancy</i> (%)	Kepuasan (%)	Level Kategori
X1.Y1	22%	78%	Rendah
X2.Y2	17%	83%	Sedang
X3.Y3	22%	78%	Rendah
X4.Y4	21%	79%	Rendah
X5.Y5	28%	72%	Rendah
X6.Y6	21%	79%	Rendah
Informasi	Mean= 21,83%	Mean= 78,16	Rendah
Skor	Kepuasan (%) – <i>Discrepancy</i> (%) = 56,33%		
Motif			

Sumber :Hasil pengolahan data *Discrepancy* SPSS 16

Berdasarkan hasil diatas tentang kesenjangan dari motif (Gratification Sought) dan kepuasan (Gratification Obtained) terhadap penyebaran informasi seputar covid-19 melalui aplikasi whatasapp grup chat oleh Mahasiswa UMS mendapatkan hasil bahwa level kesenjangan antara motif (Gratification Sought) dan kepuasan (Gratification Obtained) penyebaran informasi seputar covid-19 melalui whatsapp grup chat mulai dari aspek informasi item 1 mempunyai nilai kesenjangan 22% dan nilai kepuasan 78%.Maka dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi covid-19 oleh mahasiswa UMS pada butir item 1 termasuk dalam level kategori **Rendah**. Pada item 2 nilai kesenjangan pada aspek informasi sebesar

17% dan nilai kepuasan sebesar 83%. Maka tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar covid-19 oleh mahasiswa UMS pada butir item 2 termasuk dalam level kategori **Sedang**. Item 3 dengan aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 22% dan nilai kepuasan sebesar 78%. Maka tingkat kespuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar covid-19 oleh mahasiswa UMS berada dalam level kategori **Rendah**.

Item 4 dengan aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 21% dan nilai kepuasan sebesar 79%. Maka menunjukkan tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Rendah**. Pada item 5 dengan aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 28% dan nilai kepuasan sebesar 72%. Maka menunjukkan tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Rendah**. Item 6 dengan aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 21% dan nilai kepuasan 79% .Jadi pada item 6 menunjukkan tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Rendah**.

3.3.3.2 Motif Sosial

Tabel 13. Hasil pengolahan data *Cross Tabulation*

GO GS	STS	TS	S	SS	Jumlah
STS	1	1	3	0	5
TS	0	19	8	1	28
S	0	5	37	6	48
SS	0	2	11	6	19
Jumlah	1	27	59	13	100

Butir Item X8 * Y8

Sumber :Hasil pengolahan data Cross Tabulation SPSS 16

$$\frac{1 + 3 + 8 + 1 + 6}{100} \times 100\% = 19\%$$

Tabel 14. Hasil pengolahan data *Discrepancy*

Butir Uji	<i>Discrepancy</i> (%)	Kepuasan (%)	Level Kategori
X7.Y7	27%	73%	Rendah
X8.Y8	19%	81%	Sedang
X9.Y9	16%	84%	Sedang
X10.Y10	24%	76%	Rendah
X11.Y11	6%	94%	Tinggi
X12.Y12	19%	81%	Sedang
Sosial	Mean 18,5%	Mean 81,5%	Sedang
Skor			
Motif	Kepuasan (%) – <i>Discrepancy</i> (%) = 63%		

Sumber :Hasil pengolahan data *Discrepancy* SPSS 16

Berdasarkan hasil diatas tentang kesenjangan dari motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan (*Gratification Obtained*) terhadap penyebaran informasi seputar covid-19 melalui aplikasi whasapp grup chat oleh Mahasiswa UMS mendapatkan hasil bahwa level kesenjangan antara motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan (*Gratification Obtained*) penyebaran informasi seputar covid-19 melalui whatsapp grup chat dari aspek Sosial item 7 mempunyai nilai kesenjangan 27% dan nilai kepuasan 73%.Maka dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi covid-19 oleh mahasiswa UMS pada butir item 7 termasuk dalam level kategori **Rendah**. Pada item 8 nilai kesenjangan pada aspek Sosial sebesar 19% dan nilai kepuasan sebesar 81%. Maka tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar covid-19 oleh mahasiswa UMS pada butir item 2 termasuk dalam level kategori **Sedang**. Item 9 dengan aspek sosial nilai kesenjangan sebesar 16% dan nilai kepuasan sebesar 84%. Maka tingkat kespuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar covid-19 oleh mahasiswa UMS berada dalam level kategori **Sedang**.

Item 10 dengan aspek sosial nilai kesenjangan sebesar 24% dan nilai kepuasan sebesar 76%. Maka menunjukkan tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Rendah**. Pada item 11 dengan aspek sosial dengan nilai kesenjangan sebesar 6% dan nilai kepuasan sebesar 94%. Maka menunjukkan tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Tinggi** . Item 12 dengan aspek sosial nilai kesenjangan sebesar 19% dan nilai kepuasan 81% .Jadi pada item 12 menunjukkan

tingkat kepuasan setelah menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS berada pada level kategori **Sedang**.

Hasil diatas menunjukkan jika tingkat kepuasan menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS yang mana memiliki 12 butir item pernyataan mempunyai tingkat kepuasan dalam level ketegori **Rendah** 7,level kategori **Sedang** 4, dan level kategori **Tinggi** 1. Berdasarkan dari skor mean keseluruhan antara kepuasan yang diharapkan atau biasa disebut Motif (Gratification Sought) dan kepuasan yang akan di peroleh (Gratification Obtained) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil pengolahan dari data mean

No.	Kategori	Skor Mean
1.	Motif (GS)	32,46
2.	Kepuasan (GO)	33.13

Sumber : Hasil pengolahan data mean SPSS 2018

Dari hasil tabel tersebut bahwa nilai keseluruhan nilai mean pada indikator motif (*Gratification Sought*) mempunyai nilai lebih kecil (32,46) jika di dibandingkan dengan nilai mean pada indikator kepuasan (*Gratification Obtained*) sebesar (33,13). Maka penggunaan aplikasi whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 oleh Mahasiswa UMS dapat memberikan kepuasan bagi khalayak (Kriyantono & Komunikasi, 2010).

3.4 Pembahasan

Survei yang telah di lakukan oleh MarkPlus Insight Netizen Survey 2012 yang dirilis majalah Marketers (2012) memberikan pandangan bahwa pengguna internet (user) di Indonesia saat ini mencapai 61 juta jiwa, atau 22,4% dari seluruh populasi di Indonesia (Purworini, 2014)). Dengan adanya teknologi informasi seperti internet maka pengguna internet (*user*) di indonesia akan semakin menyebar dan bertambah.

Penggunaan dari berbagai teknologi informasi salah satunya adalah media sosial yang mana penggunanya dapat memanfaatkan aplikasi tersebut untuk mencari informasi, berkomunikasi,bahkan menjalin pertemanan secara virtual atau yang biasa disebut online (Trisnani, 2017). Hermawan mengatakan bahwa media sosial meliputi *facebook,twitter ,line,instagram, whatsapp,ask,linkerdin,bbm,snapchat* dan yang lainnya (Trisnani, 2017).

Aplikasi Whatsapp merupakan salah satu dampak yang di hasilkan dari teknologi informasi yang sangat populer yang mana whatsapp di dimanfaatkan sebagai media untuk

berinteraksi atau berkomunikasi tanpa menguras biaya yang besar dalam penggunaannya, karena whatsapp mendukung penggunaan data internet bukan pulsa (Pranajaya, 2018).

Media sosial memiliki dampak yang berkaitan dengan menambah ilmu pengetahuan. Situs web dalam media sosial dapat menyebarluaskan informasi-informasi kesehatan. Bahkan media sosial dapat meningkatkan akses kesehatan bagi masyarakat dengan informasi kesehatan mengenai covid-19 (Leonita, 2018). Meningkatkan pengetahuan dengan metode yang baik dan benar terhadap masyarakat menjadi salah satu pencegahan dalam penularan covid-19 (Ausrianti et al., 2020).

Mahasiswa UMS menjadi salah satu dari pengguna whatsapp grup chat yang ikut berperan dalam penyebaran informasi mengenai covid-19 baik dengan keluarga, saudara, maupun teman. Mahasiswa UMS merupakan salah satu bagian dari *Nett Gen*. Menurut Evans generasi *Nett Gen* adalah generasi yang hidup berdampingan di era digital seperti saat ini (Evans, 1995). Sebagai generasi *Nett Gen* mahasiswa UMS yang berperan sebagai pengguna whatsapp grup chat akan akrab dengan dunia maya yang di hadirkan oleh whatsapp. Whatsapp menjadi aplikasi yang banyak digunakan oleh mahasiswa UMS yang mana aplikasi ini di minati oleh mahasiswa usia 21-25 tahun, namun tidak memungkiri mahasiswa UMS usia < 20 tahun juga menggunakan whatsapp grup sebagai media penyebaran informasi seputar covid-19.

Dalam teori Uses and gratification dapat dijelaskan bahwa memusatkan perhatian pengguna (*user*) media untuk dapat memenuhi (*gratification*) kebutuhan dari individu. Maka dari teori tersebut bukan bagaimana media dapat merubah sikap serta perilaku dari pengguna (*user*) tapi bagaimana media menjadi dasar untuk dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial (Indriyani, 2020) . Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Aspek sosial merupakan indikator terpenting. Dapat di lihat bahwa variabel X11 dan Y11 mempunyai respon yang tinggi pada tiap respondennya. Maka Responden merasa puas dengan menggunakan whatsapp grup chat untuk menghubungi sanak, teman, keluarga, maupun saudara di saat pandemi Covid-19. Hal tersebut dapat terjadi karena di dalam whatsapp mempunyai fitur yang mendukung seperti mengirim pesan, chat grup, share video, share foto, maupun dokumen (Sahidillah & Miftahurrisqi, 2019)

Ketika ingin mendapatkan kepuasan maka akan ada motif sosial dan informasi saat mengikuti sebuah akun/media (Maria Christyfera, 2016). Efek yang didapatkan bukan hanya terletak pada informasi yang di sampaikan namun juga terletak pada sosialisasi.

Pada indikator Informasi item pertanyaan 2 memiliki level kategori Sedang dengan perolehan kepuasan 83% dan kesenjangan 17% mengenai “mencari bimbingan menyangkut masalah Covid-19”



Gambar 1. Chat dari whatsapp grup keluarga

Sedangkan pada indikator sosial item pertanyaan 11 memiliki level kategori tinggi dengan perolehan kepuasan 94% dan kesenjangan 6%. Mengenai “penggunaan whatasapp grup chat untuk menghubungi sanak, saudara, keluarga, maupun teman”. Menurut Bartsch kepuasan yang di peroleh dari penggunaan media dapat memberikan rasa puas terhadap kebutuhan sosial pada tindakan sosial mulai dari yang sederhana hingga kompleks (Bartsch & Viehoff, 2010). Dapat dilihat pada whtasapp grup chat adanya komunikasi antara keluarga yang mana dalam chat tersebut ada yang menginfokan bahwa anggota keluarga ada yang terpapar covid-19 dan akan ada simpati dari anggota keluarga yang lain seperti mendoakan dan memberikan cara agar sehat kembali. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya kepuasan terhadap motif sosial kepada responden dengan kepuasan yang berbeda mulai dari 73%,76%,81%,84%,dan 94%.



Gambar 2. Chat whatsapp grup keluarga besar

Dari indikator informasi dan Sosial. Motif sosial mempunyai tingkat kepuasan dengan rata-rata paling tinggi yaitu 81,5% yang mana masuk dalam kategori Sedang. Dengan menggunakan whatsapp grup chat untuk menghubungi sanak, saudara,teman, dan keluarga di saat pandemi covid-19 yang mana dalam chat tersebut tiap anggota keluarga ikut membalas chat yang nantinya akan ada komunikasi dan hubungan di dalamnya. Hal ini dapat terjadi karena adanya pembatasan dari pemerintah untuk mencegah penyebaran covid-19 dengan memberikan kebijakan seperti *social distancing*, PSBB, karantina hingga *lockdown* pada beberapa daerah maka akan memberikan batasan interaksi manusia secara kontak sosial seperti tatap muka dan menyentuh secara fisik akan mulai berkurang dan akan berpindah pada komunikasi dunia maya (Dani & Mediantara, 2020). Meskipun dalam keadaan ditengah pandemik komunikasi akan dilakukan secara virtual guna untuk tetap menjalin hubungan. Hal ini dapat disebut dengan CMC (Computer Mediated Communication) tujuan dari adanya komunikasi ini berbeda-beda seperti mengupayakan suatu hubungan sosial serta ada yang bertujuan untuk meminimalkan keterlibatan dari individu kepada orang lain (Arnus, 2015). Informasi – informasi yang diterima dari setiap individu di saat pandemi covid-19 akan di bingkai dengan cara yang berbeda. Karna setiap

individu akan mendesain serta mengubah suatu informasi baik melalui tulisan, gambar maupun emotikon dan menampilkannya ke media sosial atau media internet (Fauzi, 2018). Maka komunikasi lewat whatsapp grup menjadi pilihan dalam pandemi ini.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan mulai dari motif informasi dan motif Sosial dalam penggunaan whatsapp grup chat memberikan kepuasan bagi Mahasiswa UMS. Dilihat dari nilai skor GS sebesar (32,46) lebih kecil di bandingkan dengan nilai skor GO sebesar (33,13) dengan selisih kesenjangan sebesar (0,67). Apabila skor mean dari GS lebih kecil dari GO maka dapat dikatakan suatu media berhasil untuk memuaskan khalayak. Sebaliknya, jika GS mempunyai skor mean lebih besar dari GO maka dapat dikatakan bahwa media gagal dalam memenuhi kepuasan khalayak (Palmgreen, 1984)

Berdasarkan nilai kesenjangan tiap item mengarahkan pada tingkat kepuasan mahasiswa UMS dalam menggunakan whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi seputar Covid-19 7 item ada pada level kepuasan Rendah, 4 item ada pada level kepuasan Sedang, dan 1 item ada pada level kepuasan Tinggi. Maka dapat di artikan bahwa whatsapp grup chat sebagai media penyebaran informasi pada covid-19 memberikan kepuasan pada mahasiswa UMS.

Faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan salah satunya adalah grup dan konteks sosial akan menjadi perantara antara komunikasi tersebut dapat diterima atau tidak diterima (Sulaksana, 2003) maka dari itu keefektifan pada penyebaran informasi dapat berubah sesuai dengan konteks sosialnya. Berdasarkan jurnal lain bahwa kriteria efektifitas dari komunikasi adalah pemahaman antara penerima dan pemahaman pengirim atas pesan yang disampaikan sama (Tubs & Moss, 1996). Bentuk pesan informatif mengenai covid-19 yang di sampaikan seperti memberikan saran disini seperti jangan lupa menjaga jarak (*social distancing*), mencuci tangan, dan menggunakan masker.

4. PENUTUP

Dari hasil penelitian “Whatsapp grup chat sebagai media komunikasi” yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa media whatsapp grup chat dalam penyebaran informasi mengenai covid-19 dapat memberikan kepuasan bagi mahasiswa UMS. Penggunaan whatsapp grup chat bukan hanya fokus pada pencarian informasi seputar Covid-19 namun juga berfokus untuk menjalin hubungan interaksi melalui komunikasi secara virtual pada tiap individu. Whatsapp grup chat digunakan untuk menghubungi sanak, saudara, teman dan keluarga di saat pandemi covid-19 hal ini dapat terjadi karena adanya fitur-fitur yang memadai bagi pengguna whatsapp seperti berkirim pesan, *video*

call, berkirim file hingga berkirim audio. Whatsapp grup chat kurang tepat sebagai media belajar hal baru mengenai covid-19. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya informasi yang masuk dalam whatsapp grup mengenai informasi covid-19. Responden lebih memanfaatkan whatsapp grup chat sebagai media untuk menjalin komunikasi antara sanak,saudara,teman dan keluarga. Dapat dikatakan bahwa individu membutuhkan lebih dari satu media untuk memberikan kepuasan informasi guna untuk mencari sumber lain.Maka dari itu hendaknya whatsapp juga di samakan dengan media massa lainnya seperti instagram,twitter, maupun google untuk memunculkan pusat informasi khusus mengenai covid-19 seperti instagram dengan adanya pencarian National Health Service (NHS) agar penyebaran informasi mengenai covid-19 dapat dengan mudah di ketahui oleh pengguna.

Namun masih banyak kelemahan yang ada pada penelitian ini salah satunya adalah subjek yang peneliti gunakan kurang luas yaitu peneliti hanya mengambil responden Mahasiswa aktif UMS. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang luas seperti masyarakat. Hal ini nantinya akan penting karena mengingat adanya peningkatan dari Covid-19 yang terus bertambah dan yang mana masyarakat harus mengetahui setiap informasi- informasi mengenai covid-19 sebagai salah satu pencegahan terhadap adanya penyebaran virus covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680>
- Ausrianti, R., Andayani, R. P., Surya, D. O., & Suryani, U. (2020). Edukasi Pencegahan Penularan Covid 19 serta Dukungan Kesehatan Jiwa dan Psikososial pada Pengemudi Ojek Online. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 2(2), 59–64. <https://doi.org/10.37287/jpm.v2i2.101>
- Bartsch, A., & Viehoff, R. (2010). The use of media entertainment and emotional gratification. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 5, 2247–2255. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.444>
- Bekti, B. K., & Purworini, D. (2018). *Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram@umsurakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Caley, P., Philp, D. J., & McCracken, K. (2008). Quantifying social distancing arising from pandemic influenza. *Journal of the Royal Society Interface*, 5(23), 631–639.
- Dani, J. A., & Mediantara, Y. (2020). Covid-19 dan Perubahan Komunikasi Sosial. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 94–102.

- Evans, T. (1995). Globalisation, post-Fordism and open and distance education. *Distance Education*, 16(2), 256–269.
- Fauzi, R. (2018). Perubahan Budaya Komunikasi pada Pengguna Whatsapp di Era Media Baru. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1). <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.44>
- Hartanto, A. A. T. (2010). Panduan Aplikasi Smartphone. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Indriyani, M. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 157–167. <https://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.15065>
- Johnson. (2014). *Toward a Uses and Gratification 's Model of Twitter*. 1–92.
- Johnson, P. R., & Yang, S. (2009). Uses and gratifications of Twitter: An examination of user motives and satisfaction of Twitter use. *Communication Technology Division of the Annual Convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Boston, MA*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19. *Tematik*, 7(1), 38–50. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>
- Kriyantono, R., & Komunikasi, T. P. R. (2010). Disertasi Contoh Praktis Riset Media. *Publik Relation, Advertesing, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia I Hendra A . *PENDAHULUAN Perkembangan teknologi media yang sangat pesat serta dengan kemajuan teknologi-teknologi yang semakin har*. 4(1), 41–57.
- Maria Christyfera. (2016). Kepuasan Followers akun infia _ fact Dalam Mendapatkan Informasi pada akun infia _ fact di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya*, 4(1), 1–10.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-virus-corona-di-dunia-29-maret--662.073-kasus-di-200->
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. *Annals of the International Communication Association*, 8(1), 20–55.
- Pranajaya, W. rendra. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp (Wa)*. 14(1), 59–67.
- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik di Era Media Sosial : Kajian Grounded Teori Di Pemda Sukoharjo. *KomuniTi: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 6(1), 3–14.

- Rahartri, L. (2019). “ WHATSAPP” MEDIA KOMUNIKASI EFEKTIF MASA KINI (STUDI KASUS PADA LAYANAN JASA INFORMASI ILMIAH DI KAWASAN PUSPIPTEK. *VISI PUSTAKA: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan*, 21(2), 147–156.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- Sahidillah, M. W., & Miftahurrisqi, P. (2019). Whatsapp sebagai Media Literasi Digital Siswa. *Jurnal VARIDIKA*, 1(1), 52–57. <https://doi.org/10.23917/varidika.v1i1.8904>
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated marketing communications: teks dan kasus*. Pustaka Pelajar.
- Syaifudin, F. (2016). *Media Komunikasi Mahasiswa Dalam meningkatkan Prestasi Studi: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung). *Kalijaga Journal of Communication*, 2(1), 14–34.
- Trisnani, -. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3). <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1227>
- Tubs, S. L., & Moss, S. (1996). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- <https://play.google.com/store/apps/top> , diakses pada tanggal 28 September pukul 20:13
- <https://m.liputan6.com/amp/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internetindonesia>, diakses pada tanggal 28 September pukul 21: 03